



Orígens i Accionistes

- Fundada al 1998
- Accionistes:

Nacionals

VAL Telecomunicaciones

Multitel

Ferrovial

BSCH

Internacionals

Bank of America

Caisse de Dépôt et Placement du
Quebec

GE Capital

Inversió: més de 840 milions d'euros

- Empreses que la formen:

Valencia de Cable, SA

Mediterránea Norte de Cable, SA

Mediterránea Sur de Cable, SA

Cádiz de Cable y Televisión, SA

Puerto de Santa María de Cable, SA

Cable y Televisión de Andalucía, SA

Huelva de Cable y Televisión, SA

TDC Sanlúcar, SA

Región de Murcia de Cable, SA

Albacete Sistemas de Cable, SA

Corporación Mallorquina de Cable, SA

Santander de Cable, SA

ONOLab (Internet de banda amplia)

ONONet

Univertel Comunicações (Portugal)



Serveis Ofertats i Segments de Mercat

- **Serveis ofertats:**

- A empreses i residencials (mercat potencial de 4 milions de clients, només a les seves demarcacions)
 - Telefonia fixa, televisió (PPV) i dades (Frame Relay, línies arrendades,)Internet d'alta capacitat (Cable Mòdem)

- **Segment de mercat**

- Instal·lació de cable a empreses i residencials (preferentment rics) a les seves demarcacions → Arribar a ser un operador de telecomunicacions alternatiu.
- Fora de les demarcacions, dóna servei indirecte només a empreses

dónde está ONO



ONO ofrece sus servicios en las siguientes zonas:

zona	hogares	empresas
Valencia y Castellón	1.036.018	76.899
Alicante	1.050.876	65.788
Murcia y Albacete	533.965	40.212
Cádiz y Huelva	584.806	41.716
Mallorca	320.458	24.289
Cantabria	225.815	17.313
Lisboa y Oporto	930.747	282.218
Total	4.682.685	548.435

Fuente: censo de 1991



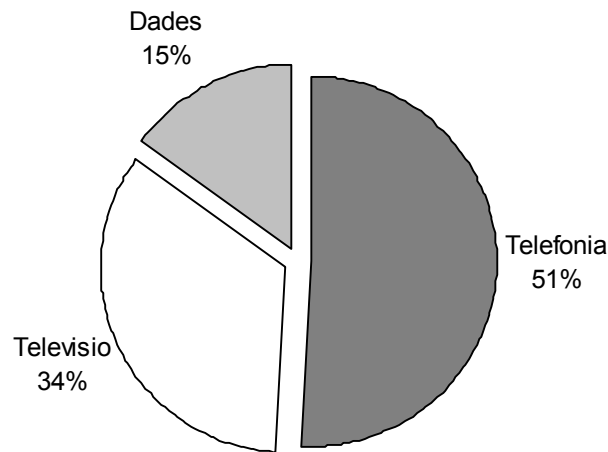
Tecnologies i Tarifes

- Tecnologia:
 - HFC -> necessitat de crear la xarxa, infraestructura nul·la de partida. Molta inversió
 - No ofereix res nou respecte els altres operadors de telefonia fixa, en qualitat de veu, ni respecte les opcions de dades, en velocitat.
 - Estratègia de captació de clients: Promocionen el servei de televisió i juguen amb el preu.
- TARIFES:
 - De telefonia:
 - En tot cas iguals o inferiors a les de l'incumbent
 - Promocions: Trucades metropolitanes entre clients ONO de franc per a tota la vida
 - Horari reduït ("mini"): a partir de les 20h per a fixos, de les 22 per a mòbils
 - Igual que el de l'incumbent excepte en trucades Metropolitanas, en què Telefònica comença l'horari reduït a les 18h, i ONO a les 20h.
 - Per a dades i TV els preus també són iguals o inferiors a l'oferta general
 - ¿Quin sentit tindria per al client pagar el mateix o més, sense millora *real* de servei?



Distribució de clients i d'ingressos

Distribució de clients segons el servei



- Per serveis, el més nombrós en clients és la telefonia, seguida per la televisió i, en últim lloc, les dades.
- Per ingressos, en canvi, veiem que els serveis que més ingressos mitjos mensuals per client aporten són els de telefonia, després els d'Internet i, per últim, els de televisió.
 - Internet no era un segment en què ONO estigués ben posicionat, i el seu futur passa per una orientació a augmentar-ne els clients.



Valoració econòmica

- Set 2002: EBITDA positiu de 4'5 Milions d'euros
 - El número de clients residencials augmentà un 7%, fins arribar als 436.000
 - El número de clients d'Internet de banda ampla creix un 23%, fins els 92.000. És la pujada més significativa entre els seus clients.
 - La televisió, en canvi, ha patit un creixement molt inferior als objectius fixats per l'empresa.
 - L'EBITDA augmenta, de juny a setembre, de 0'7ME a 4'5ME (augment del 400%)
 - L'atribueixen a un 'esforç en l'eficiència i el control de costos', així com al recent canvi de gerència, ara més orientat a negoci, en comptes de, com l'anterior, a tecnologia.
 - Grupo Corporativo ONO anuncia una oferta de compra dels bons emesos per ONO Finance PLC, per tal de reduir el deute de l'empresa.
- OBJECTIUS:
 - Augmentar la penetració, especialment referent a veu residencial i televisió. Internet. Se centren més en residencials que en empreses, i les inversions a Portugal estan congelades.



Futur d'ONO: Estratègies

- Desenvolupar una oferta especial per a empreses clients d'àrees industrials d'Espanya
- Desenvolupar serveis de televisió digital
- Arribar més al client final, invertint en el bucle local d'abonat.
- Millorar de la xarxa de transport nacional per a interconnectar les seves demarcacions i fer-se present a altres regions.
- Continuar amb la política orientada al negoci i no a la tecnologia (reducció costos, eficiència)
- NEO (Skypoint): ONO controla el 20% de Neo (LMDS a Espanya)
- Fusió Sogecable/Via Digital → com afectarà? Competència TV
 - Cableoperadors voldrien condicions més estrictes per a la fusió